

La Caisse d'Epargne Aquitaine Poitou-Charentes vise les grands professionnels

Par Jean-Philippe Déjean | 11/09/2017, 15:17



Le directoire : de gauche à droite au premier plan, Patrick Dufour et Jean-François Paillissé ; au second plan, Pierre Décamps (en charge du pôle finances), Roland Béguet et Thierry Foret (crédit : DR) (Crédits : DR)

La Caisse d'Épargne Aquitaine Poitou-Charentes (CEAPC), à Bordeaux, a dévoilé ce lundi matin son projet de développement d'ici 2020, qui articule services digitalisés et réseau d'agences, tout en ciblant une clientèle premium haut de gamme avec des offres sur mesure.

La Caisse d'épargne Aquitaine Poitou-Charentes (CEAPC - groupe BPCE), qui emploie **2.750 salariés**, pour un produit net bancaire de **526,3 M€ en 2016**, a **présenté son projet de plan stratégique à trois ans (2018-2020)** baptisé "Ambitions 20#20 connecté client". Le président du directoire de la CEAPC, Jean-François Paillissé, qui quittera son poste en avril 2018, précise que l'intitulé de ce plan de développement en projet, qui va être discuté avec les salariés, souligne à quel point la satisfaction de la clientèle passe désormais par le digital. **"Ce qui est pour nous une opportunité"** indique-t-il. Dans un contexte de raffermissement de la croissance en Europe, marqué selon le président du directoire par la fin des traumatismes dus à la crise financière de 2008 et au choc des dettes souveraines de 2010, les dirigeants d'entreprise manifestent une forme d'optimisme et s'apprêtent à investir.

Le poids des fonds propres

Malgré cette dynamique positive, le patron de la CEAPC n'oublie pas pour autant de cocher la case des menaces.

"Les taux d'intérêt vont rester durablement bas et cela va pénaliser nos revenus au moins pendant encore deux ans. La réglementation pèse aussi, avec une croissance attendue des fonds propres à mettre par les banques en face des crédits qu'elles consentent" a notamment éclairé Jean-François Paillissé en rappelant que, de son côté, la concurrence ne faiblissait pas.

Il a ensuite rappelé qu'en 2018 le groupe Caisse d'épargne fêtera ses 200 ans et qu'il porte toujours ses valeurs de banque coopérative, qui se manifestent via quatre impératifs : la proximité, avec le maintien du réseau d'agences physiques existant, le conseil personnalisé au client, qui tire parti la digitalisation, le financement du territoire, l'élévation du niveau de responsabilité des salariés de la CEAPC par le biais de la promotion interne.

Les jeunes veulent du sur-mesure, comme tout le monde

Les "investissements massifs" programmés, qui s'élèvent au total à 65 M€ sur la période, doivent permettre de mener les trois axes stratégiques du plan à bien : développer la clientèle premium, celle des grands professionnels, et le travail auprès des professionnels de l'immobilier, avec la constitution d'un pôle dédié. Répondre au besoin *"de tous les clients"* de gagner en autonomie, avec l'installation de nouvelles versions sur les applications smartphone, tout en développant une relation personnalisée par le biais d'un conseiller attiré constituent les deux bouts de ce plan stratégique.

"Et dans ce domaine les jeunes ont les mêmes attentes que les autres" affirme Thierry Foret, membre du directoire en charge du pôle banque de détail. **La CEAPC entend donc être aux meilleurs standards de marché dans le digital, assurer une relation personnalisée avec ses clients,** en jouant sur une communication multicanal, le tout dans une stratégie de proximité avec l'actuel réseau de 375 points de vente. Le développement d'une offre différenciée doit tout d'abord servir à la conquête du segment de marché premium estimé à 100.000 clients, ou plutôt 100.000 relations, *"une relation cela peut être un couple avec deux enfants"* précise Thierry Foret.

Un très gros portefeuille "Pros"

Le potentiel de ce marché est évalué à 300.000 clients, sur un total de 1 million. Pour convaincre cette clientèle plus exigeante la CEAPC entend développer un conseil à valeur ajoutée, avec des offres plus recherchées, plus complexes.

"Ce qui implique de tirer les métiers vers le haut, avec plus de spécialistes. Nous allons doubler le nombre de gestionnaires de patrimoine qui est aujourd'hui de 40, par promotion interne, avec des parcours diplômants négociés en partenariat avec l'université de Paris Dauphine" confirme Thierry Foret.

En plus des gestionnaires de patrimoine, la banque coopérative compte 135 responsables clients, dont le nombre va être porté à 210 d'ici le 1er janvier 2018. A

Bordeaux, le segment des professionnels de la CEAPC, qui regroupe notamment les professions libérales, constitue le deuxième plus gros portefeuille du groupe Caisse d'Epargne en France ! Avec une part de marché nettement au-delà de 10 %.

Un puissant pôle immobilier

Autre priorité du plan triennal : les grands professionnels, qui génèrent un chiffre d'affaires compris entre 750.000 € et 1 M€. Un segment où la part de marché de la CEAPC est nettement inférieure aux 10 % de moyenne qu'elle affiche par ailleurs.

"Nous sommes à 5 % de parts de marché et l'objectif est de remonter à 10 % dans les prochaines années. Pour ce faire, déroule Thierry Foret, nous allons ouvrir des centres d'affaires dédiés à cette clientèle, à Bordeaux Métropole, à Bayonne-Anglet-Biarritz, et La Rochelle-Rochefort".

La CEAPC revendique par contre une position très forte sur le marché immobilier, avec 25 % de part de marché, relève Patrick Dufour, membre du directoire en charge de la banque de développement régional, mais a décidé de ne pas devenir un professionnel de l'immobilier à part entière. Au contraire, la banque coopérative a décidé de répondre aux besoins des promoteurs immobiliers, en leur trouvant du foncier, en intervenant pour les aider sur les fonds propres, dans la commercialisation, mais aussi dans l'arrangement d'opérations financières complexes, en ingénierie financière. Dans les prochains jours les salariés feront savoir ce qu'ils pensent de ce projet qui pourrait être amendé.